

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Sikap

Istilah sikap digunakan untuk mengartikan sebuah perasaan umum, baik negative maupun positif, yang berkelanjutan terhadap atau penilaian evaluatif terhadap seseorang, objek, atau suatu masalah (Shimp, 2003). Evaluasi tersebut dapat bersifat positif atau negatif yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Lada et al, 2009).

Mowen dan Minor (2002) menyatakan bahwa sikap dapat dikatakan sebagai inti dari rasa suka atau tidak suka bagi orang, kelompok, situasi, objek dan ide-ide. Sikap menempatkan seseorang kedalam kerangka pikiran tentang menyukai atau tidak menyukai suatu obyek (Kotler, 2008).

Terdapat tiga instrument dalam sikap konsumen menurut (Kotler dan Amstrong, 2014) adalah:

1. *Cognitive component*: kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek. Yang dimaksud obyek adalah atribut produk.
2. *Affective component*: emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu obyek, apakah obyek tersebut diinginkan atau disukai.
3. *Behavioral component*: merefleksikan kecenderungan dan perilaku actual terhadap suatu obyek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan tindakan.

Sikap menjelaskan evaluasi kognitif, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan seseorang yang suka atau tidak suka terhadap obyek atau ide tertentu. Orang memiliki sikap terhadap hampir semua hal: agama, politik, pakaian, musik, makanan dan sebagainya.

Sikap penggunaan dalam suatu penggunaan teknologi dapat diartikan sebagai evaluasi dari seseorang dalam pemakaian teknologi dalam bentuk perasaan positif atau negatif. Davies dalam Wibowo (2006:2) menyatakan bahwa *Attitude toward Using* dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk

penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Sedangkan Nasution (2006) menyatakan bahwa faktor sikap (attitude) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif / cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen - komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*).

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*, TAM) adalah salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi informasi. Dari definisi tersebut menjelaskan bahwa TAM adalah suatu model informasi yang digunakan untuk menganalisis faktor – faktor yang membuat suatu teknologi dapat diterima pengguna teknologi.

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer.. Model penerimaan teknologi atau *Technology Accpetance Model* (TAM) dikembangkan oleh Davis, et al, (1989) berdasarkan model TRA (*Theory of Reasoned Action*). Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), TRA adalah suatu *well-researched intention* sebagai model khusus yang telah terbukti berhasil untuk memprediksi dan menjelaskan tentang perilaku seseorang dalam memanfaatkan suatu teknologi dengan beraneka ragam bidang. Fishbein dan Ajzen (1975) juga menjelaskan bahwa TRA adalah sebuah model yang mempelajari secara luas psikologi sosial berkaitan dengan perilaku seseorang yang dilakukan secara sadar.

TAM pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989), Menurut Davis (1989), TAM memiliki dua konsep yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Menurut Venkatesh dan Morris (2000), TAM menjelaskan secara kuat dan sederhana menerima suatu teknologi dan perilaku para pemakai. Konsep TAM dilandasi oleh TRA yang menyatakan bahwa seseorang akan menggunakan dan memanfaatkan komputer jika dia merasa bahwa komputer memberikan manfaat positif. Dalam model TAM, terdapat 5 konstruk yang ada yaitu persepsi kemudahan

(*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap pengguna (*attitude toward using*), minat perilaku (*behavioral intention*) dan penggunaan (*actual use*).

a. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)

Didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

b. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*)

Didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

c. Sikap pengguna (*attitude toward using*)

Menurut Aakers dan Myers (1997) menyatakan bahwa, sikap merupakan pro atau kontra terhadap pengaplikasian sebuah produk. Sikap pro atau kontra terhadap suatu produk ini dapat diaplikasikan guna memprediksi tingkah laku ataupun niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya. Sikap terhadap pengaplikasian teknologi (*attitude toward using technology*), diartikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang keingintahuannya dalam menggunakan teknologi.

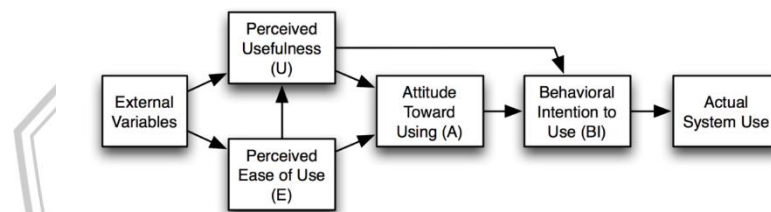
d. Minat perilaku (*behavioral intention*)

Behavioral intention adalah kecenderungan perilaku untuk tetap mengaplikasikan sebuah teknologi (Davis, 1989). Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap serta perhatian sang pengguna terhadap teknologi tersebut, contohnya adalah adanya keinginan untuk menambah peripheral pendukung, keinginan untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk mempengaruhi pengguna lain.

e. Penggunaan (*actual use*)

Pemakaian aktual (*actual usage system*) adalah kondisi nyata pengaplikasian sistem (Davis,1989). Seseorang akan merasa senang untuk menggunakan sistem jika mereka yakin bahwa sistem tersebut tidak sulit untuk digunakan dan terbukti meningkatkan produktifitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan. Bentuk pengukuran pemakaian aktual (*actual system usage*) adalah seberapa kerap dan durasi waktu pemakaian terhadap teknologi. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*), diukur melalui jumlah akumulasi waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi dengan teknologi dan seberapa kali seringnya menggunakan teknologi tersebut.

Gambar 2.1: Model TAM



Sumber : Davis et al., (1989)

3. Persepsi Pengguna Terhadap Kemanfaatan/kegunaan (Perceived Usefulness).

Pesepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu fase dimana seseorang percaya bahwa pemakai suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja orang tersebut. Davis (1989) menyatakan bahwa Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisinya persepsi kemudahan (*Perceived Usefulness*) merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan, maka dengan demikian jika seorang pengguna merasa percaya jika teknologi sistem informasi itu bermnfaat maka dia akan menggunakannya. Dan juga sebaliknya jika pengguna merasa sistem teknologi informasi yang digunakan

kurang memberi manfaat maka dia tidak akan menggunakannya. Thompson et. al (1991) menyatakan bahwa kemanfaatan teknologi informasi merupakan dampak yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam menjalankan tugas mereka. Selanjutnya menurut Davis dalam Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa konsep *Perceived Usefulness* menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas dan kemanfaatan / kegunaan keseluruhan (*overall usefulness*). Venkatesh dan Davis (2000) membagi dimensi Persepsi Kemafaatan menjadi berikut:

1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
 2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increases productivity*).
 3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).
 4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*).
4. **Persepsi Pengguna Terhadap Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*).**

Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang merasa yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna.. Dari definisinya persepsi kemudahan merupakan suatu pengambilan keputusan bahwa jika seorang pengguna teknologi sistem informasi itu mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seorang pengguna merasa teknologi sistem informasi susah untuk digunakan maka pengguna tersebut tidak akan menggunakannya. Dengan demikian persepsi mengenai kemudahan menggunakan ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang akan digunakan tidak merepotkan atau tidak membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan

Davis (1989) menyatakan bahwa perspektif kemudahan pengaplikasian (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya

bahwasanya penggunaan sistem tertentu, mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu tanpa kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Kemudahan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi akan membebaskannya dari usaha (Davis dalam Sanjaya, 2005). Venkatesh dan Davis (2000) membagi dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan menjadi berikut:

1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
3. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu digunakan untuk memperkuat hipotesis yang dibuat pada penelitian ini, dimana penelitian terdahulu tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Keterangan	Uraian
1	Peneliti	Habib hanafi,Kertahadi,dan Heru Susilo (2013)
	Tema Penelitian	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan <i>Website UB</i> Terhadap Sikap Pengguna Dengan Pendekatan TAM
	Alat Analisis	Analisis Koefisien Regresi
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna.
	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terdapat dalam variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap sikap pengguna.
	Perbedaan	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah dalam penelitian ini memfokuskan pada pengguna website UB sedangkan penelitian yang sedang dilakukan memfokuskan pada pengguna aplikasi Go-Jek

No	Keterangan	Uraian
2	Peneliti	Ahmad dan Bambang Setyo Pambudi (2014)
	Tema Penelitian	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Pada Layanan Program Internet Banking BRI)
	Alat Analisis	Analisis Koefisien Regresi
	Hasil Penelitian	Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan layanan internet banking BRI, Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat ulang nasabah menggunakan layanan internet banking BRI, variabel keamanan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan layanan internet banking BRI, variabel ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan internet banking BRI
	Persamaan penelitian	Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terdapat dalam dua variabel bebas yang digunakan yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan
	Perbedaan penelitian	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah dalam penelitian ini memfokuskan pada pengguna layanan internet banking BRI sedangkan penelitian yang sedang dilakukan memfokuskan pada pengguna aplikasi Go-Jek

No	Keterangan	Uraian
3	Peneliti	Juniwati (2014)
	Tema Penelitian	<i>Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online</i>
	Alat Analisis	Analisis regresi linier berganda
	Hasil Penelitian	Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap pengguna tetapi tidak berpengaruh terhadap minat beli online, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap, variabel keamanan berpengaruh negatif terhadap sikap, persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat beli online
	Persamaan Penelitian	memiliki persamaan dalam dua variabel bebas yang digunakan yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan dan juga kesamaan dalam variabel terikat yaitu sikap pengguna
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada sikap pengguna pada berbelanja online sedangkan penelitian yang dilakukan memfokuskan pada pengguna aplikasi Go-Jek.
4	Peneliti	Reza Andryanto (2016)
	Tema Penelitian	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta)
	Alat Analisis	Analisis regresi linier berganda

No	Keterangan	Uraian
	Hasil Penelitian	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen OLX.co.id, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen OLX.co.id, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen
		OLX.co.id, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen OLX.co.id.
	Persamaan Penelitian	Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu memiliki persamaan pada dua variabel bebas yang digunakan yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada minat beli di toko online sedangkan penelitian yang dilakukan memfokuskan pada pengguna aplikasi Go-Jek.
5	Peneliti	Uswatul Ika Agustina dan Mohammad Arif (2010)
	Tema Penelitian	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (studi pada komunitas virtual E-Banking BCA)
	Alat Analisis	Analisis regresi linier berganda
	Hasil Penelitian	Persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan internet banking, Persepsi kemudahan berpengaruh positif

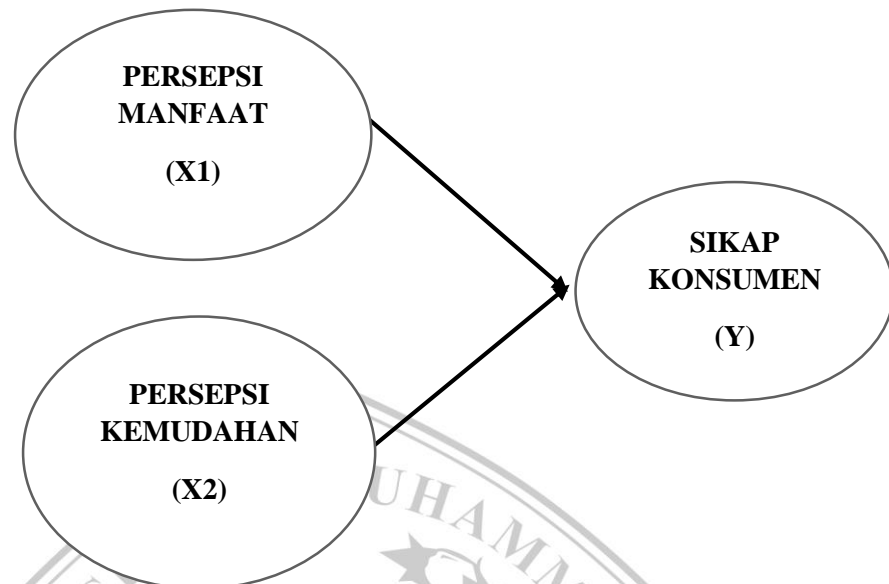
No	Keterangan	Uraian
		dan tidak signifikan, Variabel yang paling dominan berpengaruh adalah variabel persepsi manfaat.
	Persamaan Penelitian	Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah terdapat pada variabel yang digunakan yaitu, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan sikap pengguna
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada sikap pengguna internet banking BCA, sedangkan penelitian yang dilakukan memfokuskan pada pengguna aplikasi Go-Jek.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan aplikasi Go-Jek terhadap sikap pengguna. Sikap pengguna memiliki indikator yaitu sikap pengguna menerima teknologi tersebut dan sikap pengguna menolak teknologi tersebut (Davies dalam Wibowo, 2006:2). Persepsi manfaat menggunakan indikator diantaranya meningkatkan kinerja pengguna, menambah tingkat produktivitas pengguna, menambah efektifitas pengguna, dan bermanfaat terhadap pengguna (Venkatesh dan Davis, 2000).

Persepsi kemudahan menggunakan indikator, proses sistem dan pengguna jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha pengguna dalam proses interaksi dengan sistem, pengguna mudah dalam mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang diharapkan, dan sistem mudah digunakan (Venkatesh dan Davis, 2000). Sehingga, kerangka konseptual penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



D. Hipotesis

Penelitian yang dilakukan oleh Hanafi, Kertahadi, dan susilo (2013) dengan topik pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap sikap pengguna website Universitas Brawijaya, menyimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna. Kemudian penelitian yang dilakukan Ahmad dan Pambudi (2014) dengan topik pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemanfaatan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*, menyimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Rumusan hipotesis dalam penelitian dengan mempertimbangkan kecenderungan hasil penelitian diatas adalah sebagai berikut :

H1 : Persepsi kemanfaatan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen dalam menggunakan aplikasi Go-Jek

Penelitian yang dilakukan oleh Reza Andryanto (2016) tentang Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap

Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan OLX. Kemudian penelitian yang dilakukan juniwati (2014) dengan topik *Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online* menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna dalam berbelanja online. Rumusan hipotesis dalam penelitian dengan mempertimbangkan kecenderungan hasil penelitian diatas adalah sebagai berikut :

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen dalam menggunakan aplikasi Go-Jek

Penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh Uswatul, Ika Agustina dan Mohammad Arif (2010) terhadap Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan layanan internet banking (studi pada komunitas virtual E-Banking BCA), menyimpulkan bahwa persepsi Manfaat berpengaruh dominan terhadap sikap pengguna dalam penggunaan layanan internet banking BCA. Rumusan hipotesis dalam penelitian dengan mempertimbangkan kecenderungan hasil penelitian diatas adalah sebagai berikut :

H3 : Persepsi Manfaat merupakan variabel yang memiliki kontribusi dominan terhadap sikap konsumen aplikasi Go-Jek.